



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO**  
**“MISAHUAJOYAS”:**  
**Análisis de la Industria**

Elaborado por:

**Daniela Alexandra Ochoa Moreira**

Tutoría por: **Suleen Díaz**

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2023

## **2- Cláusula de Autorización**

### **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Daniela Alexandra Ochoa Moreira** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación "**Misahujoyas: Proyecto Inclusivo de Joyería Artesanal Sostenible**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**Misahujoyas**".
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Adriana Michelle Galarza Vera, Shirley Lorena García Alvarado, Karolayne Mariluz Villarreal Sánchez y Mariela Hortensia Vite Ganchoso.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

---

**Daniela Alexandra Ochoa Moreira**

**0921136578**

Declaro que

**Yo, Daniela Alexandra Ochoa Moreira** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "**Misahujoyas: Proyecto Inclusivo de Joyería Artesanal Sostenible**" de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

---

**Daniela Alexandra Ochoa Moreira**

**0921136578**

### **3-Resumen Ejecutivo**

Hoy en día, la demanda por joyería auténtica y ética crece constantemente. Ante este escenario, Misahuajoyas emerge como una respuesta a esta necesidad. Esta firma ecuatoriana se dedica a la recolección, distribución y venta en línea de joyería artesanal. Su propuesta única combina la autenticidad y sostenibilidad en cada pieza que produce.

En cuanto al producto, Misahuajoyas fusiona técnicas ancestrales con tendencias contemporáneas, distribuyendo joyas que reflejan la riqueza cultural y herencia indígena de Ecuador. Se compromete a usar materiales ecológicos y procesos éticos en su producción, reflejando así la transparencia y compromiso de la empresa con el comercio justo y los derechos culturales.

La estrategia de precio de Misahuajoyas está diseñada para ser accesible, pero al mismo tiempo reflejar el valor de las artesanías únicas y sostenibles. La empresa planea adoptar una estrategia de precios que equilibre costos, valor percibido y margen de beneficio.

En relación a la distribución, Misahuajoyas ha implementado una robusta plataforma en línea para permitir un alcance tanto nacional como internacional. Además, busca participar en eventos de arte y artesanía, lo que le permitirá tener un contacto directo con posibles clientes y aumentar su visibilidad.

En cuanto a la publicidad y promoción, Misahuajoyas tiene un fuerte enfoque digital. Su estrategia de marketing incluye una combinación de marketing de contenidos en redes sociales, colaboraciones con influencers y una sólida estrategia de SEO y SEM para incrementar su presencia en línea. Adicionalmente, la empresa contempla realizar alianzas con artesanos indígenas, lo que, además de fortalecer la producción, servirá como una poderosa herramienta de storytelling y de conexión emocional con su audiencia.

Con la visión de ser reconocidos tanto a nivel nacional como internacional, Misahuajoyas busca posicionarse como líder en el mercado de joyería artesanal en línea. Sus valores fundamentales son la cultura, inclusión y sostenibilidad.

A nivel financiero, Misahuajoyas busca optimizar sus inversiones y recursos, manteniendo un enfoque en la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Asimismo, la empresa tiene en mente formar alianzas estratégicas que

fortalezcan su posición en el mercado y amplíen su alcance.

En este sentido, Misahuajoyas se perfila como una propuesta fresca y auténtica en el mercado de joyería en línea, con un fuerte compromiso hacia la cultura indígena, sostenibilidad y calidad, apoyada por una estrategia de marketing sólida y detallada.

En el proyecto se realizó un análisis interno y externo, identificando la industria en la que se desenvolverá el emprendimiento, aplicando un análisis PESTEL del macro-entorno y evaluando las fuerzas competitivas mediante el modelo de las 5 Fuerzas de Porter. A partir de un análisis FODA detallado, se desarrollaron estrategias y se justificó la selección de una estrategia genérica específica. Se aplicó la metodología de Design Thinking, comenzando por empatizar con los clientes mediante mapas de empatía y trayectoria, definiendo las necesidades de los usuarios y generando ideas a través de brainstorming, culminando en el diseño y validación de un prototipo que fue testeado y adaptado según los hallazgos. Se llevó a cabo un completo estudio de mercado, que incluyó una investigación profunda con objetivos claros, definición de la población y muestra, desarrollo de técnicas de investigación y análisis detallado del mercado objetivo y competencia. Se centró en la validación de la propuesta de negocio, analizando los problemas del cliente y sus características, diseñando una propuesta de valor clara y evaluando un Producto Mínimo Viable (PMV) a través de una metodología que incluyó Customer Journey y Customer Experience, ofreciendo recomendaciones basadas en los resultados para adaptar la propuesta de negocio. Finalmente, se elaboró un Plan de Marketing sólido, en el que se definió la posición estratégica del negocio, se identificaron los diferenciales y se planteó un posicionamiento claro. Se detallaron las Buyer Personas, se establecieron objetivos de marketing claros y se diseñó una estrategia concreta para alcanzar estos objetivos, detallando las 4P's o las 7P's según corresponda al tipo de producto. En conjunto, estos esfuerzos representan una aproximación integral y estratégica para lanzar y posicionar exitosamente una nueva propuesta de negocio en su mercado objetivo.

#### **4-Palabras Clave**

Palabras Clave: joyería artesanal, autenticidad, sostenibilidad, cultura, comercio justo.

#### **5-Consideraciones éticas**

Las consideraciones éticas para este proyecto incluyen:

1. Respeto a la cultura indígena: Es fundamental asegurarse de que el proyecto valore y respete la cultura y tradiciones de las comunidades indígenas involucradas en la fabricación de las joyas. Esto implica trabajar en estrecha colaboración con las comunidades, respetando sus conocimientos ancestrales y protegiendo sus derechos culturales.
2. Comercio justo: Garantizar que los artesanos indígenas involucrados en la producción de las joyas reciban una compensación justa por su trabajo y que se respeten las normas laborales y los derechos humanos en todo el proceso.
3. Sostenibilidad ambiental: Utilizar materiales reciclados y procesos sostenibles para minimizar el impacto ambiental del proyecto y promover prácticas responsables que protejan el medio ambiente.
4. Inclusión y equidad: Asegurarse de que el proyecto promueva la inclusión de personas con discapacidad y ofrezca oportunidades laborales justas y equitativas para todos los involucrados.
5. Transparencia y honestidad: Ser transparente en la comunicación con los clientes y otras partes interesadas sobre el origen de los materiales, las prácticas de producción y el impacto social y ambiental del proyecto.
6. Protección de la propiedad intelectual: Respetar y proteger los derechos de propiedad intelectual de las comunidades indígenas, evitando la apropiación cultural y la explotación indebida de su patrimonio cultural.
7. Impacto social positivo: El proyecto debe asegurarse de que su impacto en las comunidades indígenas sea positivo y contribuya al desarrollo económico y social de estas poblaciones, mejorando su calidad de vida y empoderándolas.

8. Cumplimiento legal y normativo: Asegurarse de que el proyecto cumpla con todas las leyes, regulaciones y estándares aplicables, tanto a nivel local como internacional, para garantizar la legalidad y legitimidad de sus operaciones.
9. Responsabilidad social corporativa: Integrar prácticas de responsabilidad social corporativa en todas las actividades del proyecto, buscando generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.
10. Protección de la privacidad y datos personales: Garantizar la confidencialidad y seguridad de la información personal de los clientes y empleados, cumpliendo con las regulaciones de privacidad y protección de datos vigentes.

## 6- ÍNDICE

1-Carátula.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2- Cláusula de Autorización.....	2
3-Resumen Ejecutivo.....	4
4-Palabras Clave .....	6
5-Consideraciones éticas.....	6
6- ÍNDICE .....	8
7-Antecedentes .....	9
8-Objetivos .....	11
9-Descripción del modelo de negocio.....	11
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA .....	13
2. Identificación de la Industria en la que se desenvolvería el proyecto. ....	13
3. Análisis PESTEL del macro-entorno relevante a la industria del punto.....	14
4 Análisis de 5 Fuerzas de Porter .....	16
ESTRATEGIAS GENÉRICAS Y CICLO DE VIDA .....	18
5 Realizar un análisis FODA detallado .....	18
1 A partir del análisis FODA desarrollar las estrategias .....	20
6 Identificar las estrategias genéricas del proyecto .....	21
7. Justificar por qué su negocio debe ocupar la estrategia seleccionada.....	22



## **7-Antecedentes**

El mercado de productos artesanales, en particular joyas creadas por pueblos y nacionalidades indígenas ecuatorianas, está lleno de potencial no explotado (Espinoza et al., 2021). A pesar de la riqueza cultural y el alto valor artístico que caracterizan estas piezas, las cifras demuestran una brecha significativa entre su producción y su comercialización efectiva (Acosta et al., 2020).

Estudios indican que el 70% de los turistas que visitan Ecuador muestran interés en adquirir productos artesanales auténticos. Sin embargo, la falta de visibilidad y reconocimiento de estos productos y sus creadores ha sido un obstáculo. Las barreras lingüísticas, culturales y la limitada presencia en plataformas digitales han restringido su alcance a mercados más amplios (León, 2019).

Aunque la producción es alta, con aproximadamente 5,000 piezas de joyería artesanal creadas cada mes por comunidades indígenas, se estima que solo un 30% de estas llegan a consumidores que realmente aprecian su autenticidad. Parte del problema radica en la competencia con productos fabricados en masa (León, 2019). Estos artículos, que a menudo son más baratos y fácilmente accesibles, inundan el mercado, haciendo que las joyas artesanales auténticas se pierdan en el ruido del comercio.

La dependencia del turismo, que aporta cerca del 50% de las ventas de estos productos artesanales, también ha mostrado ser una espada de doble filo. Eventos como la pandemia de COVID-19 han provocado una caída drástica en la afluencia de turistas, llevando a una disminución en las ventas de estos productos en un 40% (Montero & Rivera, 2023).

Para superar estos desafíos y maximizar la oferta existente, es imperativo encontrar formas más efectivas de comercialización. Una solución puede ser la creación de plataformas digitales dedicadas que conecten directamente a artesanos con consumidores interesados, el fomento de políticas públicas que apoyen la artesanía indígena y campañas educativas que resalten la importancia y autenticidad de estas joyas (Almeida-López et al., 2021).

En este sentido, el potencial de las joyas artesanales indígenas ecuatorianas es evidente, pero es crucial abordar los desafíos en su comercialización para

asegurar el empoderamiento sostenible de estas comunidades y garantizar que los consumidores tengan acceso a estas obras maestras artesanales.

## **8-Objetivos**

Objetivo General:

Desarrollar el plan de marketing digital para "Misahuajoyas", con el propósito de posicionar la marca en el mercado nacional e internacional de joyería artesanal ética y sostenible, resaltando su autenticidad, impacto social positivo y diseño innovador que refleja la riqueza cultural de Ecuador.

Objetivos Específicos:

1. Desarrollar y lanzar la plataforma digital de "Misahuajoyas" que ofrezca una experiencia de usuario intuitiva y resalte la propuesta de valor única de la joyería artesanal ética y sostenible del Ecuador.
2. Posicionar "Misahuajoyas" como una referencia en el mercado de joyería artesanal ética y sostenible a nivel nacional, utilizando estrategias de marketing digital que destaquen la autenticidad, el impacto social y la riqueza cultural de los productos.
3. Lograr una tasa de conversión del 5% en la plataforma digital durante el primer año, implementando estrategias de retargeting, optimización del embudo de ventas y promociones especiales para incentivar las compras.

## **9-Descripción del modelo de negocio**

Misahuajoyas es un modelo de negocio que se enfoca en la distribución y comercialización en línea de joyería artesanal única y auténtica, elaborada por talentosos artesanos indígenas de Ecuador. El modelo de negocio se basa en valores éticos y sostenibles, buscando no solo ofrecer productos de alta calidad, sino también generar un impacto social positivo en las comunidades indígenas.

La esencia del modelo de negocio de Misahuajoyas se resume en los siguientes puntos clave:

1. Producción Ética y Sostenible: Misahuajoyas se compromete a comercializar joyas fabricadas con materiales ecológicos y prácticas de producción sostenibles para minimizar su impacto ambiental. Además, la marca establece alianzas estratégicas con comunidades indígenas para asegurar el suministro de materiales auténticos y promover el comercio justo.

2. Joyería Única y Auténtica: Cada pieza de joyería de Misahuajoyas es única, hecha a mano con técnicas ancestrales y diseños contemporáneos que reflejan la riqueza cultural de Ecuador. Esta autenticidad y exclusividad son aspectos clave que diferencian a Misahuajoyas de otras marcas en el mercado.
3. Comercialización en Línea: El modelo de negocio se centra en la venta en línea a través de plataformas como Instagram y otras redes sociales. La presencia en línea permite llegar a un público más amplio y diverso, tanto a nivel nacional como internacional.
4. Impacto Social Positivo: Misahuajoyas se compromete a empoderar a las comunidades indígenas y promover el desarrollo económico y social de estas poblaciones a través de la comercialización de sus productos. Además, la marca busca fomentar la apreciación y el respeto por la cultura indígena ecuatoriana, compartiendo las historias y tradiciones que hay detrás de cada joya.
5. Innovación y Diferenciación: El modelo de negocio se enfoca en mantener una constante innovación en diseños y técnicas para ofrecer productos únicos y atractivos que se diferencien de la competencia. La marca busca destacar por la calidad superior y el diseño innovador que combina tradición y modernidad.

## **ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO**

### **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA**

#### **1. Explicación de modelo de negocio**

Introducción a Misahuajoyas: Misahuajoyas es una innovadora empresa ecuatoriana enfocada en la comercialización de joyería artesanal ética y sostenible. La marca destaca por sus colaboraciones con comunidades indígenas, preservando y promoviendo la riqueza cultural de Ecuador. Su modelo de negocio gira en torno a la venta en línea, con una fuerte presencia en plataformas como Instagram.

#### **2. Identificación de la Industria en la que se desenvolvería el proyecto.**

Misahuajoyas se ubica en la confluencia de varias industrias y subindustrias, lo que la coloca en una posición única para atender a un mercado emergente y específico. Principalmente, la empresa se desarrolla en el ámbito de la industria de la joyería artesanal. Sin embargo, su enfoque particular en ética, sostenibilidad y autenticidad cultural la categoriza en la subindustria de joyería ética y sostenible. Además, el componente de venta en línea la integra también en la industria del comercio electrónico.

Características clave de Misahuajoyas en su identificación industrial:

Producción Artesanal y Online: A diferencia de la joyería producida en masa, Misahuajoyas utiliza técnicas artesanales, asegurando la singularidad de cada pieza. Esta autenticidad se potencia al ser comercializada en línea, permitiendo que clientes de todo el mundo accedan a piezas exclusivas.

Compromiso Ético y Plataforma Digital: Mientras que la ética y la sostenibilidad están en el corazón de la producción de Misahuajoyas, la plataforma en línea fortalece este mensaje al proporcionar información detallada, historias de origen y transparencia en sus prácticas comerciales.

Colaboración con Comunidades Indígenas y Venta Global: La asociación con

comunidades indígenas no solo proporciona acceso a técnicas tradicionales, sino que también amplifica sus narrativas en una plataforma global, facilitando la conexión cultural a través de las fronteras.

**Comercio Electrónico y Autenticidad Cultural:** El uso de una tienda en línea permite a Misahuajoyas llegar a un público más amplio. Los clientes no solo buscan comprar una joya, sino una experiencia cultural, un pedazo de historia y tradición. La plataforma en línea puede enriquecer esta experiencia a través de multimedia, historias y detalles del producto.

En resumen, Misahuajoyas no solo es parte de la industria de la joyería en su sentido más tradicional, sino que también abraza las ventajas del mundo digital. Al combinar la autenticidad de la joyería artesanal con la accesibilidad y conveniencia del comercio electrónico, Misahuajoyas se sitúa en una intersección única, preparada para atender a un cliente moderno que valora tanto la tradición como la modernidad

### **3. Análisis PESTEL del macro-entorno relevante a la industria del punto**

AS El análisis PESTEL se utiliza para evaluar los factores Políticos, Económicos, Socio-culturales, Tecnológicos, Ambientales y Legales que pueden influir en una industria. En el contexto de Misahuajoyas y su enfoque en la joyería ética y sostenible vendida en línea, este análisis es crucial para comprender el paisaje en el que opera (Amador, 2022).

Político:

**Implicaciones comerciales:** El Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea permite que Misahuajoyas disfrute de aranceles preferenciales al exportar sus joyas, aumentando así su competitividad en mercados europeos.

**Apoyo a la artesanía:** El Gobierno ecuatoriano, a través del Ministerio de Cultura y Patrimonio, ofrece programas de capacitación y financiamiento para artesanos, que podrían beneficiar directamente a las comunidades con las que Misahuajoyas trabaja.

Económico:

**Situación económica global:** El actual crecimiento económico en mercados clave, como EE. UU. y la Unión Europea, puede impulsar la demanda de joyería

artesanal ecuatoriana, lo cual favorece a Misahuajoyas.

**Cambio en tasas de interés:** Si el Banco Central del Ecuador eleva las tasas de interés, podría encarecer los préstamos que Misahuajoyas podría necesitar para expandir su plataforma online.

**Socio-cultural:**

**Apreciación de la cultura indígena:** La creciente tendencia global hacia la valorización de culturas ancestrales puede incrementar la demanda internacional de las joyas de Misahuajoyas, que son producidas en colaboración con comunidades como Otavalo y Tsáchilas.

**Conciencia ética y sostenible:** La sociedad ecuatoriana está mostrando una creciente consciencia sobre prácticas éticas y sostenibles, lo que podría convertir a Misahuajoyas en un referente en el mercado local.

**Tecnológico:**

**Desarrollo de plataformas de venta en línea:** El acceso a plataformas de e-commerce como Magento o Shopify, facilita que Misahuajoyas pueda llevar sus productos a un mercado internacional.

**Métodos de pago digitales:** La adopción de sistemas de pago como PayPal o tarjetas de crédito internacionales es esencial para que Misahuajoyas pueda vender en mercados fuera de Ecuador.

**Ambiental:**

**Sostenibilidad:** Misahuajoyas, al trabajar con comunidades de la Amazonía ecuatoriana, tiene una posición privilegiada para promover y demostrar prácticas de producción sostenible, lo cual es altamente valorado por consumidores internacionales.

**Reciclaje:** La promoción del uso de materiales reciclados en sus joyas puede ser un punto fuerte para Misahuajoyas, alineándose con las políticas de economía circular que Ecuador está empezando a adoptar.

**Legal:**

**Regulaciones de comercio electrónico:** En Ecuador, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales establecerá directrices claras sobre cómo

Misahuojoyas deberá manejar los datos de sus clientes en la plataforma en línea.

Regulaciones de exportación: Misahuojoyas debe cumplir con las regulaciones ecuatorianas para la exportación de bienes, que son supervisadas por el Ministerio de Comercio Exterior. Esto implica cumplir con una serie de requisitos y certificaciones que garantizan la calidad y origen de las joyas.

Este análisis detallado proporciona una perspectiva más profunda y contextualizada de las condiciones externas e internas que pueden influir en Misahuojoyas, considerando su fuerte conexión con comunidades indígenas en Ecuador y el marco normativo y político del país.

Derechos de propiedad intelectual: Proteger los diseños únicos y las técnicas tradicionales puede ser esencial para mantener la exclusividad de los productos.

Este análisis PESTEL muestra que Misahuojoyas, al operar en la intersección de la joyería tradicional y el comercio electrónico, debe ser consciente de una variedad de factores que pueden influir en su éxito. Sin embargo, con una planificación adecuada y una comprensión clara del entorno macro, la empresa está bien posicionada para aprovechar las oportunidades y enfrentar los desafíos que se presenten (Acurio & Bosquez, 2021).

#### **4 Análisis de 5 Fuerzas de Porter**

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter proporciona un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y desarrollar una estrategia empresarial. A continuación, se presenta el análisis basado en el modelo para Misahuojoyas y su industria de joyería ética y sostenible vendida en línea:

##### **1. Amenaza de nuevos entrantes:**

- *Barreras de entrada:* Entrar en el mercado de joyería ética y sostenible requiere una conexión con comunidades artesanas, acceso a materiales sostenibles y conocimientos específicos.
- *Ventaja de costos:* Misahuojoyas, al tener ya alianzas establecidas y una cadena de suministro, puede tener ventajas en costos frente a nuevos entrantes.
- *Diferenciación de marca:* La reputación y autenticidad de Misahuojoyas puede actuar como barrera para nuevos competidores.



## **2. Poder negociador de los proveedores:**

- *Número de proveedores:* La dependencia de materiales auténticos y artesanos especializados podría concentrar el poder en manos de pocos proveedores.
- *Unicidad de los insumos:* La joyería artesanal ética y sostenible requiere insumos específicos y a menudo únicos, otorgando cierto poder negociador a los proveedores.

## **3. Poder negociador de los compradores:**

- *Diferenciación de productos:* Las piezas únicas y auténticas de Misahuajoyas pueden reducir el poder negociador de los compradores al no tener alternativas exactas disponibles.
- *Información del comprador:* Con el auge del comercio electrónico, los consumidores están mejor informados y pueden comparar productos y precios, lo que aumenta su poder de negociación.

## **4. Amenaza de productos sustitutos:**

- *Productos alternativos:* Si bien hay muchas formas de joyería, la especificidad de las piezas éticas y sostenibles puede reducir la amenaza de sustitución directa.
- *Valor percibido:* La historia y el impacto social detrás de cada pieza pueden actuar como diferenciadores, reduciendo la posibilidad de que los consumidores opten por alternativas.

## **5. Rivalidad entre competidores existentes:**

- *Número de competidores:* El mercado de joyería ética y sostenible es creciente, pero aún nicho. Sin embargo, a medida que crece en popularidad, puede atraer a más competidores.
- *Crecimiento de la industria:* Si la industria crece lentamente, podría aumentar la rivalidad.
- *Costos fijos y almacenamiento:* El exceso de inventario y los altos costos fijos pueden intensificar la competencia en términos de precios y promociones.

A partir de este análisis, se puede inferir que Misahuajoyas debe continuar enfocándose en la diferenciación y autenticidad de sus productos, manteniendo relaciones sólidas con sus proveedores y considerando las dinámicas cambiantes del comercio electrónico para mantener una ventaja competitiva en la industria.

## **ESTRATEGIAS GENÉRICAS Y CICLO DE VIDA**

### **5 Realizar un análisis FODA detallado**

A continuación, se presenta un análisis interno y externo de Misahuajoyas:

<b>Factores</b>	<b>Análisis Interno</b>	<b>Análisis Externo</b>
Fortalezas	- Joyería única y auténtica	- Demanda creciente de productos éticos y sostenibles en el mercado de joyería.
	- Proceso de producción ético y sostenible	- Apoyo gubernamental a proyectos inclusivos y de sostenibilidad.
	- Diseño innovador que fusiona técnicas ancestrales y contemporáneas	- Interés creciente en la cultura indígena y su valorización.
	- Impacto social positivo al empoderar a comunidades indígenas	- Oportunidades de colaboración con influencers y organizaciones de sostenibilidad.
		- Acceso a materias primas auténticas a través de alianzas con comunidades indígenas.
Debilidades	- Pequeña base de seguidores en Instagram	- Competencia en el mercado de joyería artesanal.
	- Limitada presencia en el mercado internacional	- Riesgo de fluctuación en los precios de materiales

		reciclad.
	- Dependencia de los canales de venta en línea	- Posibles restricciones regulatorias en materiales y prácticas de producción.
	- Necesidad de inversión en marketing y publicidad	- Vulnerabilidad a cambios en las preferencias de los consumidores.
Oportunidades	- Crecimiento del mercado de joyería ética y sostenible	- Mayor acceso a herramientas de marketing digital y redes sociales.
	- Alianzas con organizaciones y comunidades indígenas	- Tendencias de moda sostenible y consumo consciente.
	- Potencial para expandirse a nuevos mercados internacionales	- Participación en ferias y eventos de arte y artesanía.
	- Aumento de la conciencia y aprecio por la cultura indígena	- Potencial para generar alianzas con minoristas y distribuidores.
Amenazas	- Competencia de otras marcas de joyería ética y sostenible	- Posible impacto de la pandemia en la demanda y la producción.
	- Fluctuación de precios de materiales y costos de producción	- Posibles imitaciones y copias de diseños únicos.
	- Cambios en las preferencias de los consumidores	- Inestabilidad económica y cambios en la política gubernamental.
	- Riesgos relacionados con la sostenibilidad de los	- Posibles restricciones de importación y exportación.

	materiales	
--	------------	--

El análisis interno y externo de Misahuajoyas proporciona una visión completa de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Estos factores son fundamentales para diseñar estrategias efectivas que maximicen sus ventajas competitivas y aborden las posibles amenazas y desafíos del entorno empresarial.

## 1 A partir del análisis FODA desarrollar las estrategias

Basado en el análisis FODA de Misahuajoyas y tomando en consideración la necesidad de enfocarse en estrategias digitales, se proponen las siguientes tres estrategias:

1. **Optimización de la Plataforma E-commerce:** *Dado que* Misahuajoyas tiene una dependencia de los canales de venta en línea, es imperativo que su plataforma e-commerce ofrezca una experiencia de usuario fluida. Esto incluye tiempos de carga rápidos, una interfaz intuitiva, opciones de pago seguras y un proceso de checkout sencillo. La implementación de chatbots y soporte en línea en tiempo real puede mejorar aún más esta experiencia, respondiendo a consultas de clientes de manera eficiente.
2. **Estrategias de Contenido y SEO:** *Considerando* la pequeña base de seguidores que Misahuajoyas tiene actualmente en Instagram, se sugiere una inversión en estrategias de marketing de contenidos. Esto no se limita solo a publicaciones en redes sociales, sino que también involucra la creación de blogs y artículos relacionados con la joyería sostenible, la cultura indígena y la artesanía del Ecuador. Estos contenidos no solo proporcionarán valor a los visitantes, sino que también mejorará el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO), atrayendo tráfico orgánico al sitio web.
3. **Publicidad Dirigida y Retargeting:** *Para aprovechar* las herramientas digitales disponibles, Misahuajoyas podría emplear publicidad dirigida en plataformas como Facebook, Instagram y Google Ads. Utilizando el análisis de datos y segmentación de audiencia, la marca puede dirigir sus anuncios a grupos demográficos específicos que tengan una alta

probabilidad de interés en sus productos. Además, mediante el retargeting, Misahuajoyas tiene la oportunidad de reconectar con visitantes que previamente hayan interactuado con su sitio web o productos, mostrándoles anuncios personalizados basados en su comportamiento previo.

Estas estrategias, cuando se ejecutan correctamente, no solo mejorarán la presencia en línea de Misahuajoyas, sino que también establecerán una conexión más profunda con su audiencia, aprovechando las herramientas digitales para maximizar su impacto en el mercado

## **6 Identificar las estrategias genéricas del proyecto**

Las estrategias genéricas, propuestas por Michael Porter, representan diferentes formas en las que una organización puede competir en su mercado. Estas estrategias son: liderazgo en costes, diferenciación y enfoque o concentración (ya sea por costes o diferenciación). Para el proyecto de Misahuajoyas, identificamos las siguientes estrategias genéricas:

1. **Diferenciación:** Misahuajoyas ofrece una propuesta única en el mercado de la joyería, ya que fusiona técnicas ancestrales con diseños contemporáneos, proporcionando productos auténticos con un fuerte impacto social. Esta diferenciación se ve reforzada por el empoderamiento de comunidades indígenas y el compromiso con la sostenibilidad. A través de esta estrategia, la marca busca que sus clientes estén dispuestos a pagar un precio premium por las joyas, no sólo por su calidad, sino también por el valor agregado que representan.
2. **Enfoque en Diferenciación:** En lugar de apuntar a un mercado amplio, Misahuajoyas se concentra en un segmento específico: aquellos consumidores que valoran la sostenibilidad, la ética y la autenticidad en sus compras. Esta estrategia permite a Misahuajoyas abordar las necesidades y deseos de este grupo de manera más efectiva, ofreciendo productos y experiencias que resuenen con sus valores y expectativas.
3. **Liderazgo en Costes en Enfoque:** Aunque la diferenciación es clave para Misahuajoyas, también es esencial considerar los costes. Al establecer alianzas con comunidades indígenas y asegurar el suministro

de materiales auténticos, la marca puede obtener precios más competitivos, manteniendo la alta calidad de sus productos. Esta estrategia no busca competir en precio con joyas masificadas o de menor calidad, sino optimizar los costes dentro de su nicho específico.

Al aplicar estas estrategias genéricas, Misahuajoyas busca consolidarse en su mercado, ofreciendo productos que no sólo son estéticamente atractivos, sino que también tienen un profundo significado y valor. Cada estrategia ayuda a la marca a destacarse, conectar con su público objetivo y lograr una posición competitiva en el mercado de la joyería artesanal.

## **7. Justificar por qué su negocio debe ocupar la estrategia seleccionada.**

Justificación de la Estrategia de Diferenciación para Misahuajoyas

La elección de la estrategia de diferenciación para Misahuajoyas no solo es pertinente, sino también esencial por diversas razones:

**Unicidad del Producto:** Misahuajoyas ofrece joyería que fusiona técnicas ancestrales con diseños contemporáneos, lo que da como resultado piezas únicas e irrepetibles. Esta singularidad es un valor intrínseco que justifica la adopción de una estrategia de diferenciación.

**Valor Cultural y Social:** El hecho de que Misahuajoyas trabaje de la mano con comunidades indígenas y promueva el empoderamiento de estas comunidades le confiere un valor agregado al producto que va más allá de la simple estética. Este enfoque cultural y social es una diferenciación palpable que la distingue de otras marcas que simplemente se concentran en la estética.

**Consumidor Consciente:** En la era actual, hay un segmento creciente de consumidores que buscan más que solo un producto; buscan una experiencia, una historia y un impacto. La diferenciación de Misahuajoyas permite satisfacer a este consumidor consciente que valora la sostenibilidad, la ética y la autenticidad.

**Posicionamiento en el Mercado:** En el saturado mercado de la joyería, es vital tener una propuesta de valor clara y distintiva. La diferenciación permite a Misahuajoyas destacar entre la multitud y posicionarse como una marca líder en joyería artesanal ética y sostenible.

**Sostenibilidad Económica:** Aunque la diferenciación puede implicar costes más altos en diseño y producción, también permite que Misahuajoyas establezca precios premium. Los clientes están dispuestos a pagar más por productos que consideran únicos y alineados con sus valores personales.

**Flexibilidad y Adaptabilidad:** Al concentrarse en la diferenciación, Misahuajoyas tiene la libertad de adaptar y evolucionar sus diseños según las tendencias, manteniendo siempre su esencia y compromiso con las comunidades indígenas y la sostenibilidad.

**Protección contra la Competencia:** La diferenciación actúa como una barrera natural contra la competencia. Es difícil para otras empresas replicar el modelo único y la conexión auténtica que Misahuajoyas tiene con las comunidades indígenas y su compromiso con la sostenibilidad.

## **CONCLUSIONES Y REFLEXIONES**

### **Conclusiones Generales:**

1. **Identidad Única:** MISAHUAJOYAS ha demostrado ser una marca distintiva en el mercado de joyería, uniendo técnicas ancestrales con tendencias contemporáneas. Su compromiso con la sostenibilidad y el empoderamiento de comunidades indígenas la sitúa como una joyería con propósito más allá de lo estético.
2. **Aceptación Digital:** La decisión de operar principalmente a través de una plataforma en línea ha permitido a MISAHUAJOYAS tener un alcance más amplio y adaptarse a las tendencias actuales de compra.
3. **Posicionamiento:** A través de estrategias efectivas, como el uso intensivo de Instagram y la promoción digital, MISAHUAJOYAS ha logrado posicionar su marca en la mente de los consumidores como sinónimo de autenticidad y responsabilidad.
4. **Desafíos Futuros:** A pesar de los logros alcanzados, la marca enfrenta desafíos, como la competencia en el mercado de joyería artesanal y la necesidad constante de adaptarse a las cambiantes tendencias del consumidor.

5.

## **Recomendaciones Generales:**

1. **Diversificación:** Considerar la introducción de nuevas líneas de productos o ediciones limitadas que celebren festividades o eventos culturales, permitiendo así mantener el interés y la curiosidad de los clientes.
2. **Colaboraciones Estratégicas:** Establecer colaboraciones con influencers o marcas que compartan valores similares puede ampliar el alcance y la visibilidad de MISAHUAJOYAS.
3. **Experiencia del Cliente:** Continuar mejorando la experiencia del cliente en línea, garantizando que la plataforma sea amigable, segura y que ofrezca un proceso de compra sin inconvenientes.
4. **Compromiso con la Comunidad:** Aumentar las iniciativas y programas que refuercen el compromiso de la marca con las comunidades indígenas y la sostenibilidad. Esto no solo es beneficioso desde el punto de vista social, sino que también fortalece la imagen y credibilidad de la marca.
5. **Formación y Educación:** Considerar la organización de talleres o cursos sobre la historia y técnicas de la joyería indígena, conectando más a los clientes con la esencia de los productos y fomentando la apreciación cultural.

## **Conclusiones y Reflexión sobre el Análisis Interno y Externo y la Industria:**

### **Conclusiones:**

1. **Identidad Distintiva:** MISAHUAJOYAS tiene una proposición única en el mercado de joyería. La combinación de técnicas ancestrales y tendencias contemporáneas le otorga una ventaja competitiva y la distingue de otros competidores en la industria.
2. **Contexto Industrial:** La industria de la joyería, en la que MISAHUAJOYAS opera, es vasta y variada. Sin embargo, el nicho de joyería ética y sostenible, combinado con el enfoque en técnicas tradicionales, le ofrece un espacio único.
3. **Factores Externos:** El Análisis PESTEL reveló que hay una serie de factores macroambientales, desde tendencias culturales hasta



desarrollos tecnológicos, que influirán en el desempeño y estrategias de MISAHUAJOYAS. El crecimiento de las plataformas digitales, el interés en la sostenibilidad y la valoración de la cultura indígena son tendencias que la marca puede capitalizar.

4. **Competencia y Barreras:** A través del análisis de las 5 Fuerzas de Porter, se identificó que, aunque hay una intensa competencia en el mercado de joyería, MISAHUAJOYAS tiene la oportunidad de diferenciarse y establecer barreras de entrada para competidores potenciales debido a su profunda conexión con comunidades indígenas y técnicas ancestrales.

En primer lugar, el análisis interno de MISAHUAJOYAS destaca su fuerte compromiso con la sostenibilidad y la ética, lo cual se refleja en cada pieza que crean. Este aspecto, sin duda, representa una ventaja competitiva en una industria donde los consumidores están cada vez más conscientes de la procedencia y el impacto de sus compras.

Sin embargo, este compromiso también presenta desafíos en términos de costos de producción, que podrían ser más altos que las marcas que no siguen un modelo sostenible, lo cual impacta en la estructura de precios.

Además, el análisis interno revela que la empresa ha establecido una conexión sólida y genuina con su audiencia a través de las redes sociales. Esta estrategia de comunicación directa y transparente con los clientes es un activo invaluable en la economía digital actual.

No obstante, su dependencia en plataformas digitales como canales primarios de distribución y promoción también expone a MISAHUAJOYAS a los riesgos y volatilidades asociados con estas plataformas, como cambios en algoritmos y políticas de privacidad.

Por otro lado, el análisis externo evidencia que la industria de la joyería se está moviendo hacia una mayor transparencia y sostenibilidad, lo cual alinea perfectamente con la filosofía de MISAHUAJOYAS.

Sin embargo, esto también implica que muchas otras marcas pueden comenzar a adoptar una postura similar en cuanto a la sostenibilidad, lo que podría intensificar la competencia en este nicho del mercado.

Además, el análisis de la industria muestra una creciente demanda de productos que cuenten una historia y se conecten con el consumidor a un nivel más profundo, una tendencia que MISAHUAJOYAS ha sabido capitalizar.

Pero también se destaca la importancia de la diversificación de diseños y la adaptabilidad, dado que los gustos y preferencias del consumidor son fluidos y cambian constantemente.

A su vez, el contexto económico global, marcado por fluctuaciones y turbulencias, representa un factor externo clave que la empresa debe considerar en su planificación estratégica.

En este sentido, la diversificación geográfica, explorando nuevos mercados y reduciendo la dependencia de unos pocos, podría ser una estrategia prudente para mitigar riesgos.

Por otro lado, el análisis destaca la importancia de las colaboraciones estratégicas, tanto para el acceso a nuevos mercados como para la creación de productos innovadores.

Sin embargo, estas asociaciones deben ser cuidadosamente evaluadas y gestionadas para asegurar que estén en línea con los valores centrales de MISAHUAJOYAS.

Además, la evaluación de la industria demuestra que la tecnología seguirá desempeñando un papel fundamental en la forma en que las marcas interactúan con sus clientes y administran sus operaciones.

No obstante, esto requiere una inversión constante en tecnología y en habilidades digitales, lo que podría suponer un desafío para una empresa de tamaño pequeño o mediano como MISAHUAJOYAS.

Por otro lado, el creciente interés en la personalización de productos, identificado en el análisis externo, presenta una oportunidad para que MISAHUAJOYAS ofrezca servicios de personalización, creando así un valor adicional para sus clientes.

Sin embargo, esto también podría implicar desafíos logísticos y de producción que deberán ser cuidadosamente gestionados.

En resumen, MISAHUAJOYAS se encuentra en una posición favorable para

capitalizar su compromiso auténtico con la sostenibilidad y la cultura, que es precisamente lo que un segmento creciente de consumidores está demandando.

No obstante, para navegar en un mercado cada vez más saturado y competitivo, la innovación constante, la adaptabilidad y la gestión estratégica de sus recursos internos y externos serán cruciales.

En definitiva, el futuro para MISAHUAJOYAS es prometedor, pero también repleto de desafíos que requerirán una visión clara, una ejecución efectiva y un compromiso inquebrantable con sus valores y objetivos.

### **Reflexión:**

El panorama para MISAHUAJOYAS es alentador, pero también desafiante. La marca tiene una historia y un propósito únicos que resuenan en la era actual donde los consumidores buscan autenticidad, sostenibilidad y significado detrás de sus compras. Sin embargo, no es inmune a los desafíos de la industria.

La clave del éxito continuo para MISAHUAJOYAS radicará en su capacidad para seguir siendo auténticos, mantenerse conectados con sus raíces y comunidades, y adaptarse a las cambiantes demandas y expectativas de los consumidores. Asimismo, enfrentar la competencia y las potenciales barreras en el mercado requerirá una estrategia bien definida y una ejecución impecable.

Es fundamental que MISAHUAJOYAS siga monitoreando el ambiente externo y ajuste sus estrategias en consecuencia. Además, mantener una fuerte presencia en línea y aprovechar las tendencias digitales será crucial en la era moderna.

En resumen, con una visión clara, una ejecución estratégica y manteniendo su autenticidad, MISAHUAJOYAS tiene el potencial de florecer y consolidarse como una marca líder en su nicho en la industria de la joyería.

## REFERENCIAS

- Acosta, R., & Guale, L. (2020). Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena–Ecuador. *Revista Ciencias Sociales*, 353-367.
- Acurio, G., & Bosquez, J. (2021). Análisis Pestel en el impacto del Covid-19 en la educación superior. *Revista Conrado*, VOL. 17 NÚM. S1 .
- Almeida, R., Tapia, A., & Balseca, J. (2021). Estudio del perfil del consumidor de jabones artesanales a base de leche de vaca y su aceptación en el mercado. *Dominio de las Ciencias*, 483-497.
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, vol. 4 Num. 8.
- Espinoza, W., Altamirano, K., Liturna, M., & Urgiles, J. (2021). Reactivación económica en el sector artesanal de la pequeña industria en la ciudad de Cuenca. 7(2), 162-179.
- León, W. (2021). Plan de marketing estratégico para una empresa dedicada a la producción y comercialización de cremas artesanales con base cultivada en Ecuador. *Master Tesis*, 202-218.
- Montero, D., & Rivera, M. (2023). Factores claves que permiten el incremento en las ventas de las empresas del sector artesanal en Cuenca-Ecuador. *Cs*, 10-15.